OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE

PLAN STRATÉGIQUE

2013-2016

Québec

Le contenu de cette publication a été produit par la Direction de la recherche et de l'évaluation avec la participation de toutes les directions de l'Office québécois de la langue française et de la Commission de toponymie.

Pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser à :

Office québécois de la langue française
Édifice Camille-Laurin
125, rue Sherbrooke Ouest
Montréal (Québec) H2X 1X4
Téléphone : 514 873-6565
Sans frais : 1 888 873-6202
Télécopieur : 514 864-0933
Site Web : www.oqlf.gouv.qc.ca
Courriel : info@oqlf.gouv.qc.ca

Il est possible de consulter ce plan dans le site Web de l'Office.

Dépôt légal – 2014
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada

ISBN version imprimée : 978-2-550-69833-3
ISBN version électronique : 978-2-550-69834-0

© Gouvernement du Québec, 2014
La reproduction totale ou partielle de ce document est autorisée à la condition que la source soit mentionnée.

OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE

PLAN STRATÉGIQUE 2013-2016

Message de la ministre

C'est avec plaisir que je présente le *Plan stratégique 2013-2016* de l'Office québécois de la langue française. Ce document fait état des choix stratégiques de l'Office au regard de sa mission et énonce ses orientations.

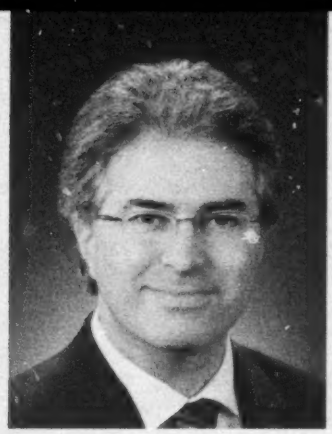
Ce plan stratégique constitue un pas de plus vers la modernisation des pratiques de l'organisation. Il traduit la volonté d'accroître la transparence et l'efficacité des interventions de l'Office.

Au cœur même de la protection et de la promotion du français, ce plan est résolument tourné vers l'avenir. Il présente des projets qui visent à faire progresser le français dans l'espace public et dans les milieux de travail, à renforcer l'influence de la Commission de toponymie et à mettre à contribution les citoyens et citoyennes ainsi que les partenaires.

En d'autres termes, le Plan stratégique 2013-2016 de l'Office témoigne de la volonté de toute une équipe engagée, avec la population et les partenaires, dans la poursuite du grand objectif de la Charte de la langue française : faire du français la langue normale et habituelle du travail, de l'enseignement, des communications, du commerce et des affaires au Québec.

La ministre de la Culture et des Communications et
ministre responsable de la protection et de la promotion de la langue française,

Hélène David



Message du président-directeur général

J'ai l'honneur de présenter le *Plan stratégique 2013-2016* de l'Office québécois de la langue française. Ce plan inclut les responsabilités de la Commission de toponymie, qui figurent à l'enjeu 2 (« Une nomenclature géographique de référence pour le Québec »), ainsi que des objectifs afférents. Il est le résultat de rencontres avec le personnel des organisations, avec les membres de l'Office et de la Commission et avec des organismes qui défendent la langue française et les intérêts des syndicats et du patronat.

La langue étant un vecteur important de cohésion sociale, les engagements contenus dans ce plan contribueront assurément au développement du plein potentiel du Québec, d'autant plus que le français est un atout extraordinaire que l'Office s'emploiera à protéger et à promouvoir.

Ce plan prend en compte plusieurs principes de la Loi sur le développement durable, en particulier les suivants : participation et engagement, accès au savoir, subsidiarité, partenariat et coopération intergouvernementale ainsi que protection du patrimoine culturel. Les éléments du plan qui reflètent ces principes sont accompagnés du symbole .

En terminant, je tiens à remercier les membres de l'Office et de la Commission, le personnel, nos partenaires ainsi que toutes les personnes qui contribueront à l'atteinte des objectifs fixés dans ce plan.

Le président-directeur général,

Robert Vézina

Présentation

La Charte de la langue française est au cœur de la politique linguistique québécoise. Elle est complétée par sept règlements et par deux politiques gouvernementales qui encadrent l'emploi et la qualité de la langue française dans l'Administration ainsi que l'utilisation du français dans les technologies de l'information et des communications.

L'Office québécois de la langue française est un organisme d'État dont la mission est tracée par la Charte et les règlements qui régissent son application. Il « veille à ce que le français soit la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires dans l'Administration et les entreprises ». Depuis le 1er octobre 2002, en plus d'assurer le respect de la Charte et de ses règlements, l'Office surveille l'évolution de la situation linguistique au Québec.

L'Office accomplit sa mission essentiellement de trois façons. En premier lieu, il accompagne les entreprises de 50 employés ou plus ainsi que les ministères et organismes publics dans la francisation de leur milieu de travail. En deuxième lieu, il reçoit et traite les plaintes relatives aux manquements à la Charte et il aide les organisations à s'y conformer. En troisième lieu, il assiste l'ensemble de la population dans la maîtrise de la langue officielle en lui offrant des services de terminologie et de soutien linguistique.

Administrativement liée à l'Office, la Commission de toponymie est responsable des noms de lieux du territoire québécois : elle assure leur inventaire, leur officialisation, leur conservation et leur diffusion. Ses pouvoirs et ses devoirs sont inscrits dans la Charte. En 1977, elle a pris le relais de la Commission géographique de la province de Québec et de la Commission de géographie, qui étaient à l'œuvre au Québec depuis 1912.

Deux autres organisations complètent l'ensemble des organismes responsables de la Charte. Il s'agit, d'une part, du Secrétariat à la politique linguistique, qui assiste la ministre responsable de la Charte, assure la mise en œuvre de la politique linguistique québécoise, en coordonne les modifications et veille à la cohérence des interventions gouvernementales en matière linguistique; et, d'autre part, du Conseil supérieur de la langue française, qui a pour mission de conseiller la ministre responsable de la Charte sur toute question relative à la langue française au Québec.

La mission

Office québécois de la langue française

- Veiller à ce que le français soit la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires dans l'Administration et les entreprises par l'application de la Charte de la langue française.

Commission de toponymie

- S'assurer que le territoire du Québec est nommé avec justesse et qu'il met en valeur le visage français du Québec.

La vision

Office québécois de la langue française

- Ancré dans une société en constante évolution, l'Office est une organisation performante qui contribue à assurer la vitalité et la qualité du français dans les milieux de travail et l'espace public québécois.

Commission de toponymie

- Un territoire bien nommé, pour permettre le déplacement efficace des biens et des personnes, et des noms de lieux évocateurs, pour témoigner des différents patrimoines culturels de la société québécoise.

Enjeu 1 – Le français, langue officielle et langue d'usage : une responsabilité partagée

Au Québec, la situation de concurrence linguistique a été marquée ces dernières années par divers facteurs de changement, en particulier par un léger recul démographique des francophones, par l'accueil annuel de quelque 50 000 immigrants d'origines diverses et par l'expansion rapide des nouveaux médias électroniques.

En effet, le dernier recensement confirme le recul du poids démographique des francophones au Canada. Il en va de même au Québec, que l'on considère la population de langue maternelle française (-0,9 %) ou la population qui déclare avoir le français comme langue d'usage à la maison (-1,1 %)[1].

Cette situation se fait particulièrement sentir à Montréal, où restent concentrés globalement les anglophones et les personnes issues de l'immigration. Combinées à l'exode des familles francophones vers la banlieue, ces caractéristiques font que, sur l'île de Montréal, la population de langue maternelle française est passée ces dernières années sous la barre des 50 %.

Orientation 1.1 – Faire progresser le français dans l'espace public et dans les milieux de travail

Pour que la société québécoise conserve l'usage normal et habituel du français dans l'espace public, il faut au moins deux conditions : une connaissance rigoureuse de la situation linguistique du Québec, afin d'évaluer régulièrement le statut du français et d'adapter en conséquence les priorités de l'Office, et une compréhension claire et uniformément partagée des exigences de la Charte, afin que chacun ou chacune joue son rôle dans l'architecture générale du projet de francisation.

La francisation se poursuit dans un contexte où les conditions de l'intégration linguistique en français paraissent affaiblies. Malgré tout, le nombre de personnes de langue maternelle autre que française ou anglaise qui parlent surtout le français à la maison a augmenté entre 2006 et 2011 (+1,2 %)[2]. Selon des études

1. Les calculs sont effectués à partir des données de 2011 de Statistique Canada et de celles de 2006 tirées de l'étude de Michel PAILLÉ, *Les caractéristiques de la population du Québec : profil et tendances (1996-2006)*, [Montréal], Office québécois de la langue française, 2011, p. 20. (Ce résultat n'inclut pas la proportion de population ayant à la fois le français et une autre langue comme langues maternelles.)
2. Ces données sont tirées du site Web de Statistique Canada.

rendues publiques en 2012, on observe aussi une hausse progressive de l'utilisation du français au travail de 1971 à 1989, puis une tendance à la baisse depuis lors, sauf en ce qui a trait au groupe allophone qui, dans le secteur privé de la région de Montréal, affiche pour toute cette période une hausse constante de l'utilisation générale ou exclusive du français au travail (de 17 % en 1971 à 31 % en 2010[3]).

À ces facteurs se sont ajoutés un ensemble de changements sociaux et culturels importants. L'expansion des nouvelles technologies de l'information, l'usage de l'anglais comme langue commune des communications internationales, la mondialisation des marchés, l'adhésion des jeunes générations aux nouveaux médias et l'échange virtuel sont des phénomènes qui tendent à favoriser l'usage de l'anglais.

Mais les mêmes facteurs qui provoquent des situations préoccupantes offrent aussi à l'Office de puissants moyens d'intervention : les appareils de communication mobiles maintiennent le contact avec les usagers et usagères à tout moment et partout où ils se trouvent, et les médias sociaux les rassemblent instantanément en une communauté virtuelle à l'affût. Cette révolution numérique, qui s'est d'abord imposée à l'avantage de l'anglais, ouvre aussi bien de nouvelles perspectives à la circulation du français et à la diffusion de l'information sur tout ce qui concerne son usage ici et ailleurs dans le monde.

Les citoyens et citoyennes comptent sur l'Office pour protéger la place du français dans l'espace public et pour les aider à maîtriser une langue de qualité. Ils reconnaissent la légitimité et la compétence de l'Office en ces matières, comme en font foi les quelque 2 600 visites en entreprise effectuées par les conseillères et conseillers en francisation, la fréquentation du site Web de l'Office, le recours aux services de terminologie et de soutien linguistique, qui sont fort populaires, ainsi que le nombre de plaintes relatives au respect de la Charte qui sont déposées chaque année.

Généraliser l'utilisation du français est le mandat premier et toujours actuel de l'Office. Au travail, cette généralisation paraît acquise dans les quelque 5 500 entreprises de 50 employés ou plus au Québec, dont 8 sur 10 détiennent un certificat de francisation. Dans certains secteurs, notamment celui de l'aéronautique où l'on note tout de même des avancées importantes, de grandes entreprises aux ramifications complexes figurent parmi les 15 % qui sont encore privées de leur certificat, faute d'avoir pu généraliser l'utilisation du français dans leurs activités.

En novembre 2013, la ministre responsable de la Charte a annoncé que la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, à laquelle participe l'Office, serait prolongée jusqu'en 2015. Cette stratégie, qui vise à la fois les petites entreprises et celles de plus de 50 employés, prévoit des mesures pour soutenir la francisation des entreprises et des commerces de la région métropolitaine.

Ces statistiques ne rendent toutefois pas compte de tout. D'une part, les entreprises francisées subissent des changements dans les méthodes de travail, les technologies, le personnel ou la haute direction, ce qui donne lieu parfois à de nouveaux ajustements. Il faut donc s'assurer que le français y est maintenu. D'autre part, selon une

3. Yulia PRESNUKHINA, *Les pratiques linguistiques au travail au Québec en 2010*, [Montréal], Office québécois de la langue française, 2012, p. 42.

étude récente[4], si le français demeure la langue de travail principale pour la majorité de la population active, son usage est à la baisse depuis 1989 dans l'ensemble du Québec et, depuis 2007, dans la région de Montréal.

On pourrait croire, par ailleurs, que l'administration publique se conforme à la Charte sans aucun problème. Mais si, de façon générale, le travail se fait effectivement en français dans la fonction publique, le contexte n'est pas aussi favorable dans un certain nombre de municipalités, de commissions scolaires et d'hôpitaux où l'on tarde à franciser certains services, systèmes informatiques ou sites Web. Les ministères et les sociétés d'État, de leur côté, restent perméables à des pressions qui s'exercent aussi dans le secteur privé et pourraient glisser vers une bilinguisation, surtout dans les services offerts directement à la population.

En conséquence, les chantiers de la francisation restent ouverts. L'Office a d'ailleurs commencé à revoir ses principes et ses méthodes afin d'élever le niveau et d'étendre la portée des interventions relatives à un bien ou à un service qui n'est pas offert dans la langue officielle, par exemple en englobant dans la même démarche tout un secteur industriel ou toute une catégorie de produits, ou encore en s'adressant directement aux décideurs, aux producteurs ou aux distributeurs du bien ou du service.

Axe 1.1.1 – Les besoins

Objectif 1.1.1.1 Disposer d'un portrait de la situation linguistique fiable et récurrent	
Indicateur	Cible
Nombre et nature des activités réalisées	s. o.
Nombre et nature des indicateurs de recherche produits	s. o.

Objectif 1.1.1.2 Adapter les interventions de l'Office afin de répondre aux besoins terminolinguistiques des entreprises et de l'Administration	
Indicateur	Cible
Pourcentage d'interventions réalisées relativement à des demandes exprimées	*Le grand dictionnaire terminologique* : 20 % d'ici au 31 mars 2016 Banque de dépannage linguistique : 35 % d'ici au 31 mars 2016

4. *Ibid.*, p. 45.

Axe 1.1.2 – La francisation

Objectif 1.1.2.1 Accompagner les entreprises et les organismes de l'Administration pour généraliser l'utilisation du français	
Indicateur	Cible
Nombre d'entreprises et d'organismes de l'Administration certifiés	Augmentation du nombre[5]
Pourcentage d'entreprises certifiées ayant maintenu la généralisation de l'utilisation du français	Augmentation du pourcentage[6]
Pourcentage d'organismes de l'Administration qui appliquent un programme de francisation par rapport au nombre total d'organismes non certifiés	Augmentation du pourcentage[7]
Pourcentage d'entreprises certifiées ayant fait l'objet de plaintes fondées	Diminution du pourcentage[8]
Nombre et nature des activités réalisées, notamment en matière d'interventions sectorielles et à la source	s. o.

Orientation 1.2 – Mettre à contribution les citoyens et citoyennes ainsi que les partenaires

L'Office s'associe avec les commerçants et les dirigeants d'entreprise, nous l'avons vu, au processus de francisation exigé par la Charte. Par la suite, c'est le consommateur ou le travailleur lui-même qui doit être mis à contribution. La Charte a fait de l'utilisation du français comme langue du commerce et du travail un droit : la personne titulaire de ce droit doit être en mesure de le faire valoir. Comment réagit-elle à l'environnement linguistique ? Comment l'informer ? Comment l'outiller ?

La Charte traduit en termes juridiques un projet de société. Ce sont toutefois les usagers de la langue française, individus ou organisations, qui ont, pour ainsi dire, le dernier mot. Aussi l'Office, qui les accompagne mais ne peut agir à leur place, doit-il les associer à sa mission en tissant avec eux un ample réseau de responsabilités partagées dans la francisation de l'espace public.

5. En 2012-2013, 5 322 entreprises et 2 253 organismes de l'Administration étaient certifiés.
6. Cet indicateur sera suivi à compter de l'année 2014-2015.
7. En 2012-2013, 20 % des organismes de l'Administration appliquaient un programme de francisation.
8. Cet indicateur sera suivi à compter de l'année 2014-2015.

En 2012, il était possible de se faire servir en français au centre-ville de Montréal dans 95 % des commerces, mais seuls 57 % des francophones disaient réclamer le service en français lorsqu'on les accueillait en anglais. Or, l'accueil se faisait en français dans 74 % seulement des cas (comparativement à 89 % en 2010), l'accueil bilingue, qui n'est pas interdit par la Charte, étant passé de 1 % à 14 % en deux ans[9].

L'Office doit sensibiliser directement les citoyens et citoyennes tout comme les entreprises pour les associer au processus de francisation. Il peut aussi les atteindre par l'intermédiaire des groupes et des associations dans lesquels ils s'insèrent ou qui les encadrent, de manière à multiplier la force de son action.

L'Office entretient tout naturellement des rapports étroits de concertation avec les ministères qui ont des responsabilités voisines des siennes en francisation, par exemple les ministères des secteurs de l'éducation ou de l'immigration. Mais, en ce qui concerne sa mission auprès de l'Administration, il lui faut rallier les autres ministères et organismes publics au respect de l'obligation qui leur incombe d'offrir leurs services en français à tous les citoyens et citoyennes, y compris à ceux qui parlent d'autres langues. C'est l'occasion d'instituer avec l'Administration, dans ce but, un premier partenariat.

Suivant le même impératif d'action conjuguée, l'Office entend nouer des relations suivies avec des partenaires du milieu associatif, qui sont en mesure d'enraciner et de consolider le processus de francisation auprès de leurs membres, et, ce faisant, il engagera un dialogue permanent indispensable au renforcement du consensus. Les syndicats, par exemple, sont à même de contribuer à la restauration des comités de francisation, et les regroupements d'affaires, de favoriser les interventions sectorielles.

L'Office entretient déjà des relations suivies avec ces organisations, dont il subventionne des initiatives linguistiques, mais il ne poursuit pas de projet collectif rassembleur. Or, pour relayer ses efforts auprès de larges segments de population, il ne suffit pas d'envisager une collaboration occasionnelle, dictée par les circonstances. Il faut structurer les liens de partenariat établis en un réseau souple et cohérent, en demeurant conscient à la fois de l'objectif commun et du rôle complémentaire de chacun.

Pour l'Office, le partenariat est à la généralisation de l'utilisation du français dans l'espace public ce que les interventions sectorielles ou à la source sont à l'application de la Charte : un moyen d'accroître considérablement le poids et la portée de ses gestes, en s'appuyant sur le consentement et l'engagement des usagers eux-mêmes.

La Charte a près de quarante ans. L'effervescence initiale entourant les changements qu'elle introduisait s'est dissipée. Les nouvelles générations et les nouveaux arrivants n'ont pas des faits qui l'ont rendue nécessaire ni des intentions que formulait alors le législateur la connaissance immédiate et implicite des contemporains. Et si la langue elle-même a peu changé, l'environnement social qui en conditionne l'exercice s'est grandement modifié.

9. Yulia PRESNUKHINA, *La langue d'accueil, de service et d'affichage des noms d'entreprise des commerces de détail du centre-ville de Montréal en 2012 selon les observations*, [Montréal], Office québécois de la langue française, 2012, p. 6.

C'est ainsi que les exigences de la Charte ne sont pas nécessairement comprises de la même façon par tout le monde. Le portrait juridique peut d'ailleurs intimider par sa complexité : la Charte comprend plus de deux cents articles et sept règlements qui en précisent la portée, le législateur ayant choisi d'énoncer explicitement ses objectifs afin de mieux répandre l'usage du français dans toutes les manifestations de la vie publique.

C'est à l'Office qu'il revient, dans ces conditions, de clarifier son champ d'action, aussi bien auprès de son personnel que de la population : d'abord, en rappelant les fondements de la Charte et ses lignes directrices, de manière à retrouver, entre autres, le sens des prescriptions particulières dans l'économie de la loi ; ensuite, en exprimant publiquement, en des termes sans équivoque, les principes d'application de la Charte, si bien que, les attentes étant connues, un nouveau consensus présidera au respect de la loi.

L'Office doit prendre en compte cette réalité et miser sur des relais pour prolonger et décupler son action, souvent dans des couches de la société qu'il ne saurait atteindre. Il y a donc lieu de concevoir et de mettre en œuvre un éventail de mesures énergiques afin d'outiller les citoyens et citoyennes dans l'exercice de leurs droits et de soutenir les organisations qui œuvrent à la généralisation de l'utilisation du français dans l'espace public au Québec.

Axe 1.2.1 – La complémentarité des actions

Objectif 1.2.1.1 Renforcer le rôle des consommateurs, des travailleurs et des partenaires à l'égard de la langue officielle	
Indicateur	Cible
Nombre et nature des activités de représentation et de sensibilisation ciblées et porteuses réalisées	s. o.

Objectif 1.2.1.2 Assurer l'utilisation et la diffusion d'un français de qualité au sein de l'Administration	
Indicateur	Cible
Nombre et nature des activités de coordination réalisées auprès des ministères et des organismes	s. o.
Pourcentage de ministères et d'organismes participant aux activités du réseau des langagiers	100 % des grands organismes 50 % des ministères 20 % des autres organismes

Axe 1.2.2 – La Charte

Objectif 1.2.2.1 Favoriser une compréhension uniforme de la Charte, de ses règlements et de ses politiques linguistiques gouvernementales	
Indicateur	Cible
Pourcentage des plaintes irrecevables ou non fondées par rapport aux plaintes reçues[10]	Diminution de 10 %
Mise en place d'un guide d'application de la Charte, de ses règlements et de ses politiques linguistiques gouvernementales	31 mars 2016
Nombre et nature des mesures mises en place	s. o.

10. Cet indicateur sera suivi à compter de l'année 2014-2015.

Enjeu 2 – Une nomenclature géographique de référence pour le Québec

L'officialisation des noms de lieux est le mandat premier de la Commission, mandat duquel découlent en quelque sorte les autres, dans la mesure où il faut, en amont, inventorier et traiter les noms de lieux et, en aval, conserver et diffuser les répertoires ainsi constitués.

Au Québec, des quelque 400 000 noms de lieux qui ont été inventoriés ou attribués, environ 240 000 sont à ce jour officiels, c'est-à-dire qu'ils ont été approuvés par la Commission. Dès lors, ils sont d'usage obligatoire dans les documents de l'Administration, dans la signalisation routière, dans l'affichage public et dans l'enseignement. Si l'on exclut les noms de voies de communication terrestres, qui représentent 4 toponymes sur 10, on recense quelque 233 000 autres noms de lieux, dont seuls 54 % ont été officialisés.

La Commission, qui a célébré en 2012 cent ans d'activité toponymique sous sa gouverne et celle de ses prédécesseurs, poursuit donc son œuvre inlassablement, en inventoriant chaque année de deux à trois mille noms de lieux et en procédant pendant la même période à près de deux mille officialisations. Malgré son expertise reconnue, la Commission se heurte, dans l'exécution de sa tâche, à un certain nombre d'obstacles qu'elle se propose d'aplanir au cours des prochaines années.

Orientation 2.1 – Renforcer l'influence de la Commission de toponymie auprès des citoyens et citoyennes ainsi que de ses partenaires

La Commission est reconnue depuis longtemps comme un chef de file dans son domaine au Canada et à l'étranger. Mais les règles de toponymie elles-mêmes ne sont pas nécessairement bien comprises, voire connues, du grand public et de certains partenaires.

La Commission doit proposer au gouvernement des normes relatives aux critères de choix et aux règles d'écriture des noms de lieux. Pour se tenir à jour à cet égard, elle participe régulièrement à des forums internationaux avec des organisations analogues comme la Commission de toponymie du Canada et le Groupe d'experts des Nations Unies pour les noms géographiques. Elle s'attache ainsi à fonder ses décisions sur des principes universellement reconnus, dont bon nombre proviennent d'ailleurs de propositions qu'elle a elle-même soumises à la réflexion de ses pairs.

Elle peut s'appuyer sur cette renommée pour accroître sa visibilité au Québec même et renforcer les liens de collaboration avec ses partenaires. Outre les municipalités et les communautés autochtones, ses principaux partenaires sont des sociétés d'État et des ministères et organismes du gouvernement.

La Commission est liée à certains d'entre eux par des ententes. C'est ainsi que, pour le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, elle évalue le contenu toponymique des manuels scolaires. Il s'agit maintenant d'actualiser ces ententes et d'en conclure d'autres afin de faciliter le partage de l'information à des moments stratégiques, par exemple lors de la création d'un parc national ou de la mise en chantier d'un barrage hydroélectrique.

En confiant la gestion des noms de lieux à la Commission, en 1977, le législateur n'a pas retiré aux municipalités le pouvoir de nommer les lieux situés sur leur territoire, ni ne les a contraintes à respecter les normes définies par la Commission quant aux critères de choix et aux règles d'écriture des noms de lieux avant de les officialiser.

Plus concrètement, cela signifie que les conseils municipaux choisissent les noms de leurs voies de communication et de leurs parcs publics, sans pour autant avoir l'obligation de les transmettre à la Commission pour les faire officialiser ou de consentir à une demande d'officialisation formulée explicitement par la Commission. C'est pourquoi celle-ci s'emploie à sensibiliser les municipalités à l'importance de son rôle de même qu'à la nécessité de respecter les conditions essentielles à l'accomplissement de sa mission.

De leur côté, les nations autochtones, qui ont occupé le territoire longtemps avant l'arrivée des premiers Européens, ont évidemment nommé l'espace où elles vivaient et conservent, dans leurs langues respectives, des milliers de noms de lieux traditionnels. Une partie importante d'entre eux ne sont pas officialisés, soit parce que la Commission ne les a pas encore recensés (ou qu'elle les a inventoriés, mais pas encore traités), soit parce que les lieux qu'ils désignent ont déjà des noms officiels.

Dans une volonté de mettre en valeur ce précieux patrimoine, la Commission a adopté une politique qu'on peut consulter sur son site Web. Cette politique vise à officialiser en priorité les noms de lieux autochtones dans les zones habitées ou fréquentées par les populations autochtones, si ces lieux n'ont pas déjà de noms officiels.

De plus, puisque des dénominations officielles et des toponymes autochtones coexistent, il importe de mettre en œuvre un programme de diffusion de la toponymie autochtone traditionnelle afin de faire connaître les noms de lieux que la Commission ne peut officialiser et d'aider ainsi les communautés à transmettre leur patrimoine aux générations suivantes.

Afin de mettre en valeur le patrimoine toponymique québécois, la Commission assure la diffusion des toponymes officiels, conformément à son mandat, d'abord en les diffusant en permanence sur son site Web. À chaque nom de lieu est associée une fiche signalétique qui informe sur le lieu qu'il désigne ainsi que sur l'origine et la signification du nom, lorsque celles-ci sont connues. Le nom donné à un lieu est avant tout un repère géographique qui répond

aux besoins de la population en matière de localisation, de circulation et de sécurité publique. Sitôt qu'il est officialisé, le nom entre dans l'histoire et il devient un fidèle témoin des événements qui l'ont inspiré.

Toutefois, la diffusion des toponymes, étape qui consiste, en quelque sorte, à présenter à la population le produit fini, succède au processus d'officialisation, qui est au cœur de la mission confiée à la Commission. Or, des institutions et des groupes d'intérêts qui ont des lieux à nommer continuent d'ignorer les services hautement spécialisés qu'offre la Commission en cette matière, ce qui a pour effet d'affaiblir sa capacité à remplir sa mission toponymique et, en conséquence, son devoir de diffusion du patrimoine toponymique.

Axe 2.1.1 – La mission de la Commission

Objectif 2.1.1.1 Assurer le rayonnement de la Commission	
Indicateur	Cible
Taux de fréquentation du site Web	La cible de cet indicateur sera fixée d'ici au 31 mars 2014
Nombre et nature des activités réalisées	s. o.

Axe 2.1.2 – Les partenariats

Objectif 2.1.2.1 Améliorer l'efficacité de la collaboration avec les partenaires	
Indicateur	Cible
Nombre d'ententes conclues ou actualisées	Au moins 6 d'ici au 31 mars 2016

Objectif 2.1.2.2 Augmenter le nombre de noms officiels dans les municipalités où l'officialisation n'est pas terminée	
Indicateur	Cible
Taux d'augmentation du nombre de noms officiels dans les municipalités visées	Augmentation de 15 %

Objectif 2.1.2.3 De concert avec les communautés autochtones, mettre en valeur leur patrimoine toponymique	
Indicateur	Cible
Nombre de noms de lieux autochtones diffusés sur le site Web de la Commission	Au moins 500 d'ici au 31 mars 2016

Enjeu 3 – La performance organisationnelle

La sensibilité de l'humeur sociale influence l'Office quant à ses critères et à ses niveaux d'intervention. D'une part, l'Office doit se doter de critères équitables et cohérents pour traiter les manquements à la Charte. D'autre part, il lui faut évoluer vers de nouveaux modèles de redressement des situations problématiques. L'Office a d'ailleurs commencé à revoir en ce sens ses principes et ses méthodes.

Comme l'ensemble de la fonction publique, et selon les vœux du gouvernement, l'Office et la Commission doivent mettre à jour leurs systèmes d'information, leurs méthodes de travail et leurs principes de gouvernance afin d'offrir aux citoyens et citoyennes des services plus efficaces et satisfaisants. Pouvoir répondre en tout temps aux attentes de la population, voilà leur engagement de base.

Il leur faut maintenant moderniser leurs services en ligne, entrer de plain-pied dans l'univers des technologies de l'information pour se mettre au diapason des nouvelles générations et des nouveaux médias, ainsi que déployer de nouveaux moyens d'action, cohérents et de longue portée.

Orientation 3.1 – Moderniser l'organisation

Dans cette perspective, la modernisation s'inscrit dans une volonté commune de maximiser l'efficacité en matière d'affectation des ressources et d'organisation du travail. L'importance accordée aux partenariats ou à l'accompagnement des organisations qui contreviennent à la Charte, par exemple, doit se traduire dans les moyens mis en œuvre et dans la distribution des tâches. C'est à ce virage qu'il est désormais nécessaire de s'employer, en misant sur la compétence, l'expertise et l'engagement habituels du personnel.

Axe 3.1.1 – La transformation

Objectif 3.1.1.1 Revoir la gouvernance de l'organisation, notamment en matière de gestion axée sur les résultats et de qualité des services	
Indicateur	Cible
Pourcentage des recommandations contenues dans le rapport de la commissaire à la qualité des services ayant entraîné des travaux en vue de corriger une problématique concernant la qualité des services	100 %
Nombre et nature des interventions réalisées visant l'amélioration des services aux citoyens et citoyennes	Création d'un comité d'amélioration des services d'ici au 31 mars 2014
Sondage sur les attentes et le degré de satisfaction des citoyens et citoyennes par rapport à la Déclaration de services aux citoyens	Première mesure d'ici au 31 mars 2016
Implantation du tableau de bord de gestion	31 mars 2015
Nombre et nature des éléments réalisés	s. o.

Axe 3.1.2 – Le capital humain

Objectif 3.1.2.1 Miser sur les compétences et l'expertise du personnel pour assurer la performance de l'organisation	
Indicateur	Cible
Nombre et nature des activités réalisées	s. o.
Nombre de profils de compétences élaborés d'ici au 31 mars 2016	La cible de cet indicateur sera fixée d'ici au 31 mars 2014

Plan stratégique 2013-2016 de l'Office québécois de la langue française

La mission

Office québécois de la langue française

Veiller à ce que le français soit la langue normale et habituelle du travail, des communications, du commerce et des affaires dans l'Administration et les entreprises par l'application de la Charte de la langue française.

Commission de toponymie

S'assurer que le territoire du Québec est nommé avec justesse et qu'il met en valeur le visage français du Québec.

Enjeu 1

Le français, langue officielle et langue d'usage : une responsabilité partagée

Orientation 1.1

Faire progresser le français dans l'espace public et dans les milieux de travail

Axe 1.1.1 Les besoins

Objectif 1.1.1.1
Disposer d'un portrait de la situation linguistique fiable et récurrent

- Nombre et nature des activités réalisées
- Nombre et nature des indicateurs de recherche produits

Objectif 1.1.1.2
Adapter les interventions de l'Office afin de répondre aux besoins terminolinguistiques des entreprises et de l'Administration

- Pourcentage d'interventions réalisées relativement à des demandes exprimées
  - *Le grand dictionnaire terminologique* : 20 % d'ici au 31 mars 2016
  - Banque de dépannage linguistique : 35 % d'ici au 31 mars 2016

Axe 1.1.2 La francisation

Objectif 1.1.2.1
Accompagner les entreprises et les organismes de l'Administration pour généraliser l'utilisation du français

- Augmentation du nombre d'entreprises et d'organismes de l'Administration certifiés
  - 2012-2013 : 5 322 entreprises et 2 253 organismes de l'Administration
- Augmentation du pourcentage d'entreprises certifiées ayant maintenu la généralisation de l'utilisation du français[1]
- Augmentation du pourcentage d'organismes de l'Administration qui appliquent un programme de francisation par rapport au nombre total d'organismes non certifiés
  - 2012-2013 : 20 %
- Diminution du pourcentage d'entreprises certifiées ayant fait l'objet de plaintes fondées[1]
- Nombre et nature des activités réalisées, notamment en matière d'interventions sectorielles et à la source

Orientation 1.2

Mettre à contribution les citoyens et citoyennes ainsi que les partenaires

Axe 1.2.1 La complémentarité des actions

Objectif 1.2.1.1
Renforcer le rôle des consommateurs, des travailleurs et des partenaires à l'égard de la langue officielle

- Nombre et nature des activités de représentation et de sensibilisation ciblées et porteuses réalisées

Objectif 1.2.1.2
Assurer l'utilisation et la diffusion d'un français de qualité au sein de l'Administration

- Nombre et nature des activités de coordination réalisées auprès des ministères et des organismes
- Pourcentage de ministères et d'organismes participant aux activités du réseau des langagiers
  - Grands organismes : 100 %
  - Ministères : 50 %
  - Autres organismes : 20 %

Axe 1.2.2 La Charte

Objectif 1.2.2.1
Favoriser une compréhension uniforme de la Charte, de ses règlements et de ses politiques linguistiques gouvernementales

- Pourcentage des plaintes irrecevables ou non fondées par rapport aux plaintes reçues[1]
  - Diminution de 10 %
- Mise en place d'un guide d'application de la Charte, de ses règlements et de ses politiques linguistiques gouvernementales
  - 31 mars 2016
- Nombre et nature des mesures mises en place

Le symbole indique qu'un ou plusieurs principes de la Loi sur le développement durable sont pris en compte.

1. Cet indicateur sera suivi à compter de l'année 2014-2015.
2. La cible de cet indicateur sera fixée d'ici au 31 mars 2014.

La vision

Office québécois de la langue française

Ancré dans une société en constante évolution, l'Office est une organisation performante qui contribue à assurer la vitalité et la qualité du français dans les milieux de travail et l'espace public québécois.

Commission de toponymie

Un territoire bien nommé, pour permettre le déplacement efficace des biens et des personnes, et des noms de lieux évocateurs, pour témoigner des différents patrimoines culturels de la société québécoise.

Enjeu 2
Une nomenclature géographique de référence pour le Québec

Orientation 2.1

Renforcer l'influence de la Commission de toponymie auprès des citoyens et citoyennes ainsi que de ses partenaires

Axe 2.1.1
La mission de la Commission

Objectif 2.1.1.1
Assurer le rayonnement de la Commission

- Taux de fréquentation du site Web[6]
- Nombre et nature des activités réalisées

Axe 2.1.2
Les partenariats

Objectif 2.1.2.1
Améliorer l'efficacité de la collaboration avec les partenaires

- Au moins 6 ententes conclues ou actualisées d'ici au 31 mars 2016

Objectif 2.1.2.2
Augmenter le nombre de noms officiels dans les municipalités où l'officialisation n'est pas terminée

- Taux d'augmentation du nombre de noms officiels dans les municipalités visées
  - Augmentation de 15 %

Objectif 2.1.2.3
De concert avec les communautés autochtones, mettre en valeur leur patrimoine toponymique

- Au moins 500 noms de lieux autochtones diffusés sur le site Web de la Commission d'ici au 31 mars 2016

Enjeu 3
La performance organisationnelle

Orientation 3.1

Moderniser l'organisation

Axe 3.1.1
La transformation

Objectif 3.1.1.1
Revoir la gouvernance de l'organisation, notamment en matière de gestion axée sur les résultats et de qualité des services

- Pourcentage des recommandations contenues dans le rapport de la commissaire à la qualité des services ayant entraîné des travaux en vue de corriger une problématique concernant la qualité des services
  - 100 %
- Nombre et nature des interventions réalisées visant l'amélioration des services aux citoyens et citoyennes, notamment
  - Création d'un comité d'amélioration des services d'ici au 31 mars 2014
- Sondage sur les attentes et le degré de satisfaction des citoyens et citoyennes par rapport à la Déclaration de services aux citoyens
  - Première mesure d'ici au 31 mars 2016
- Implantation du tableau de bord de gestion
  - 31 mars 2015
- Nombre et nature des éléments réalisés

Axe 3.1.2
Le capital humain

Objectif 3.1.2.1
Miser sur les compétences et l'expertise du personnel pour assurer la performance de l'organisation

- Nombre et nature des activités réalisées
- Nombre de profils de compétences élaborés d'ici au 31 mars 2016[7]

Office québécois de la langue française
Québec

6161.2014-06